



INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Comercio Internacional + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Máster en Comercio Internacional + Titulación Universitaria

duración total: 725 horas

horas teleformación: 300 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El Master en Comercio Internacional le ofrece una formación especializada en la materia. En el actual contexto económico de creciente globalización, liberalización y competitividad, la internacionalización constituye una estrategia empresarial fundamental para adaptarse de manera proactiva a las nuevas situaciones y, por ello, se hace necesario apostar de manera definitiva por la elaboración, diseño, implantación y ejecución de un programa formativo de máximo nivel que contribuya a preparar a profesionales expertos en comercio internacional. Todo ello se obtendrá mediante la formación de personas capaces de conceptualizar estratégicamente los procesos de comercialización internacional, el conocimiento de la normativa legalmente aplicable y las diversas variables de este proceso comercial multidimensional.



a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Formar especialistas en comercio exterior y negocios internacionales.
- Familiarizar al alumno con los procesos de globalización mundial del comercio y la economía.
- Preparar al alumno para trabajar en el departamento de Internacional de una empresa
- Dotar de la visión, los conocimientos y las habilidades necesarias para dirigir y gestionar los negocios en mercados internacionales, organizando las operaciones asociadas a los mismos.
- Desarrollar en todos los alumnos una visión global-multicultural y práctica de cómo dirigir una empresa internacional.
- Analizar las diferentes áreas de negocio que afectan directa y globalmente al comercio internacional.
- Dotar de las herramientas prácticas para llevar a cabo labores de dirección relacionadas con el comercio y las inversiones internacionales.
- Permitir a los profesionales actualizar y ampliar sus conocimientos.

para qué te prepara

Este Master en Comercio Internacional le prepara para formarse como responsables de los departamentos de internacionalización de las empresas o mejorar la formación de aquellos que realizando las labores de especialistas en esta área necesitan de una titulación académica así como una mayor especialización y formación en ciertas materias a través de unos estudios de calidad que den respuesta a las necesidades del mercado laboral en este campo. Para asumir esta finalidad, el Master en Comercio Internacional proporciona los conocimientos, las habilidades y las actitudes necesarias para identificar, caracterizar, atender y evaluar los diversos aspectos que surgen, no solo en el día a día de la función, sino tratando de desarrollar la capacidad para el pensamiento estratégico, necesario en cualquier profesional que desempeñe su labor en un contexto multidisciplinario.

salidas laborales

Comercio Internacional / Comercio Exterior.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello

NOMBRE DEL ALUMNO/A



forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Análisis de Riesgos y Medios de Cobertura en las Operaciones de Comercio Internacional'
- Manual teórico 'Negociación y Contratación Internacional'
- Manual teórico 'Plan e Informes de Marketing Internacional'
- Manual teórico 'Políticas de Marketing Internacional'
- Manual teórico 'Comercio Internacional'
- Manual teórico 'Información y Gestión Operativa de la Compraventa Internacional'
- Manual teórico 'Inglés Oral y Escrito en el Comercio Internacional'
- Manual teórico 'Documentación en Inglés para el Comercio Internacional'
- Manual teórico 'Derecho Internacional y Comercio Exterior'



profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

PARTE 1. PLAN E INFORMES DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DEL MARKETING INTERNACIONAL

- 1.El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional
- 2.Análisis de la situación
- 3.Diagnóstico: análisis DAFO
- 4.Establecimiento de los objetivos de marketing
- 5.Principales decisiones sobre el establecimiento de estrategias internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL

- 1.El plan de acción de marketing
- 2.Asignación presupuestaria de las acciones de marketing
- 3.El control del plan de marketing
- 4.Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 3. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

- 1.Concepto y funciones del briefing en el marketing
- 2.Determinación de los objetivos de briefing
- 3.La elección de la estructura del briefing
- 4.Cómo realizar un briefing
- 5.La presentación del briefing

PARTE 2. DERECHO INTERNACIONAL Y COMERCIO EXTERIOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ELEMENTOS E HISTORIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.¿Qué es el Comercio Internacional?
- 2.Historia del Comercio Internacional
- 3.Beneficios del Comercio Internacional para las organizaciones
- 4.Importaciones y exportaciones
- 5.Actores del Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPONENTES DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Tipos de empresas en Comercio Internacional
- 2.El empresario individual: características y actividad
- 3.El empresario social: tipos y actividad
- 4.Las sociedades en el ámbito del Comercio Internacional
- 5.Funcionamiento y colaboración de sociedades internacionales
- 6.Sociedades en la Unión Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PÚBLICAS Y PRIVADAS

- 1.Concepto y gestión de los organismos internacionales
- 2.Naciones Unidas, OMC y otros organismos de gestión del Comercio Internacional
- 3.Entidades internacionales para la cooperación económica

UNIDAD DIDÁCTICA 4. REGULACIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN ESPAÑA

- 1.Aranceles, aduanas, importación y exportación en España
- 2.Normativa de la Unión Europea influyente en el Comercio Internacional en España
- 3.Marco de la política comercial multilateral

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CONTRATO EN COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Concepto, factores y riesgo de la contratación internacional

+ Información Gratis

2. Convenios y principios de la contratación internacional
3. Componentes y tipos de contrato internacional
4. Etapas del contrato internacional
5. Incumplimiento y tiempos del contrato
6. Tipos de cláusulas en la contratación internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Introducción al derecho internacional privado
2. Encuadre del Comercio Internacional en la legislación estatal
3. Desarrollo legal del Convenio de Roma de 1980 y del Reglamento de Roma I
4. Régimen jurídico del Reglamento de Roma I
5. Normas imperativas para el Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS CONTRATOS DE COMPRAVENTA EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

1. Concepto y modalidades de compraventa internacional
2. Libertad de comercio en la Unión Europea
3. UNCITRAL y regulación de la Lex Mercatoria
4. La compraventa internacional según la Convención de Viena de 1980
5. Concepto, tipos y aplicación práctica de INCOTERMS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MÉTODOS DE RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Tipos de resolución de conflictos del Comercio Internacional
2. Resolución del conflicto a través de la jurisdicción estatal
3. El arbitraje como mecanismo para resolución de conflictos en Comercio Internacional
4. Intervención judicial en los procesos de arbitraje

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MÉTODOS DE FINANCIACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Funcionamiento y estructura del mercado de divisas
2. Créditos para exportaciones e importaciones
3. Elección de divisas para la financiación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. APOYO FINANCIERO PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Organismos públicos de financiación
2. Tipos de desgravaciones por operaciones internacionales
3. Áreas con regímenes fiscales especiales

PARTE 3. COMERCIO INTERNACIONAL

MÓDULO 1. COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Introducción
2. Recorrido histórico
3. Ventajas del Comercio Internacional
4. Operaciones del Comercio Internacional
5. Elementos que componen el Comercio Internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SUJETOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. El empresario individual y el ejercicio del comercio en Europa y en España
2. El empresario social
3. Las sociedades en España y en el extranjero
4. Cooperación y concentración entre sociedades
5. Incidencias en el derecho comunitario

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES PARTICIPANTES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Las organizaciones internacionales
2. Los organismos especializados de las Naciones Unidas
3. Organizaciones Internacionales de ámbito regional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RÉGIMEN JURÍDICO ESPAÑOL DEL COMERCIO EXTERIOR

- 1.Marco normativo general del comercio exterior en España
- 2.Influencias de las disposiciones de la Unión Europea
- 3.Política comercial multilateral

MÓDULO 2. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

- 1.La contratación internacional
- 2.Los principios sobre los contratos internacionales
- 3.Concepto, elementos y clasificación del contrato internacional
- 4.Formación del contrato
- 5.Cumplimiento del contrato
- 6.Cláusulas contractuales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DETERMINACIÓN DEL RÉGIMEN JURÍDICO

- 1.Ley aplicable al contrato internacional
- 2.El Convenio de Roma de 1980 y el Reglamento de Roma I
- 3.La Ley reguladora del contrato internacional al amparo del Reglamento de Roma I
- 4.Acción de las normas imperativas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMPRAVENTA INTERNACIONAL

- 1.La compraventa internacional
- 2.Libertades comunitarias: la libre circulación de mercancías
- 3.La Lex Mercatoria
- 4.La Convención de Viena de 1980 aplicada a la compraventa internacional
- 5.Los INCOTERMS

UNIDAD DIDÁCTICA 8. BIENES INMATERIALES Y DERECHO DE LA COMPETENCIA

- 1.Propiedad industrial
- 2.Propiedad intelectual
- 3.Competencia desleal
- 4.Derecho de defensa de la competencia

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DISTINTAS MODALIDADES DE CONTRATO

- 1.Contratos de intermediación comercial
- 2.El transporte internacional
- 3.Contratos de financiación
- 4.Contratos de seguros

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LOS MEDIOS DE PAGO INTERNACIONALES

- 1.Introducción
- 2.Factores empresariales determinantes de la selección del medio de pago
- 3.El cheque
- 4.Transferencias bancarias
- 5.Orden de pago documentaria
- 6.Créditos documentarios
- 7.Remesa documentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 11. VÍAS DE SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

- 1.Controversias en el ámbito del comercio internacional
- 2.Vías de jurisdicción estatal
- 3.El arbitraje internacional
- 4.Compatibilidad entre arbitraje y la vía judicial

PARTE 4 ANÁLISIS DE RIESGOS Y MEDIOS DE COBERTURA EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL MERCADO DE DIVISAS

1. Concepto y función del mercado de divisas.
2. Funcionamiento del mercado de divisas y operaciones más comunes.
3. Oferta.
4. Demanda.
5. Referencias normativas sobre operaciones de compraventa de divisas y transacciones con el exterior.
6. El tipo de cambio: Sistemas de fijación. Factores determinantes. Variaciones. Operaciones al contado. Operaciones a plazo.
7. El tipo de interés de la divisa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL RIESGO DE CAMBIO E INTERÉS EN OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL Y SU COBERTURA

1. El riesgo de cambio.
2. El Seguro de cambio: Concepto y características. Formación de los cambios. Coste o rendimiento del seguro de cambio.
3. Opciones sobre divisas: Concepto, características y aplicaciones.
4. Clases de opciones: Determinación del precio de una opción.
5. Futuros sobre divisas: Concepto, características y funcionamiento.
6. Otros instrumentos de cobertura: Cuentas en divisas. Otros.
7. El riesgo de interés. Cobertura: Futuros en tipos de interés. Swaps de tipos de interés. Otros elementos de cobertura: Caps, Floors, etc.
8. Utilización de herramientas informáticas de tramitación y gestión integrada de riesgos de cambio e interés:
9. Búsqueda de información: Internet.
10. Aplicaciones informáticas sobre operaciones con divisas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. OTROS RIESGOS EN OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL Y SU COBERTURA

1. Tipos de riesgo: Riesgo comercial. Riesgo político. Riesgo extraordinario. Otros riesgos.
2. Seguro de crédito a la exportación: Concepto y características generales. Riesgos susceptibles de cobertura.
3. Contratación del seguro: sujetos que intervienen y obligaciones de las partes.
4. Compañías que operan en el mercado del Seguro de Crédito a la exportación: CESCE. Otras compañías.
5. Modalidades de las pólizas y coberturas.
6. Normativa aplicable: normativa general de la actividad aseguradora. Normativa del seguro de crédito a la exportación.
7. Factoring como instrumento de cobertura de riesgos:
8. Características y funcionamiento.
9. Tipos de riesgos que cubre el factoring internacional.
10. Diferencias con el seguro de crédito a la exportación.
11. Forfaiting como instrumento de cobertura de riesgos:
12. Características y funcionamiento.
13. Tipos de riesgos que cubre el forfaiting internacional.
14. Diferencias con el factoring.
15. Aplicaciones informáticas de tramitación y gestión integrada de riesgos.

PARTE 5. POLÍTICAS DE MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. La decisión de internacionalización de la empresa
2. Etapas del proceso de internacionalización
3. Las variables de marketing en la internacionalización de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

1. Atributos del producto
2. El ciclo de vida del producto
3. Estandarización/adaptación de los productos en los mercados internacionales

- 4.La cartera de productos internacionales
- 5.La marca
- 6.La política de producto en los mercados online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIO EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 1.Análisis de la variable precio como instrumento del marketing internacional
- 2.Estandarización/adaptación de precios internacionales
- 3.Factores que influyen en la determinación de precios internacionales
- 4.Análisis de rentabilidad
- 5.Estrategias de precios
- 6.Cotización de precios internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

- 1.La comunicación en el marketing: concepto y funciones
- 2.La publicidad
- 3.La promoción de ventas
- 4.Las relaciones públicas
- 5.Otras herramientas de la política de comunicación
- 6.Factores que influyen en las decisiones de política internacional de comunicación
- 7.Las ferias internacionales y las misiones comerciales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN EN EL MARKETING INTERNACIONAL

- 1.Canales de distribución
- 2.Aspectos a considerar en el diseño y selección de los canales de distribución internacionales
- 3.Determinación de la localización y tipología de los puntos de venta
- 4.Las relaciones internas del canal
- 5.Fórmulas de entrada en los mercados internacionales
- 6.Aspectos a considerar en la adaptación de la función de distribución en diferentes entornos internacionales
- 7.Internet como canal de distribución internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA EL CÁLCULO DE VALORES Y TENDENCIAS DE MERCADO

- 1.Herramientas para el cálculo de valores estadísticos
- 2.Herramientas para el análisis de tendencias y series de datos
- 3.Hojas de cálculo

PARTE 6. NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Preparación de la negociación internacional
- 2.Desarrollo de la negociación internacional
- 3.Técnicas de la negociación internacional
- 4.Consolidación de la negociación internacional
- 5.Estilos de negociación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

- 1.Los procesos de comunicación y las relaciones comerciales
- 2.Tipos de comunicación
- 3.Actitudes y técnicas en la comunicación
- 4.La información telefónica y presencial. Transmisión y recepción de mensajes.
- 5.La comunicación oral en las relaciones comerciales internacionales
- 6.La comunicación escrita en el comercio internacional
- 7.Relaciones públicas en el comercio internacional.
- 8.Internet como instrumento de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

- 1.Regulación de la compraventa internacional
- 2.Reglas de la Cámara de Comercio Internacional de París
- 3.El contrato de compraventa internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS CONTRATOS DE INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

- 1.Intermediación comercial internacional
- 2.Contrato de agencia
- 3.Contrato de distribución
- 4.Selección de agentes y/o distribuidores en el exterior
- 5.Métodos de motivación, perfeccionamiento y temporalización de la red de ventas internacional: agentes comerciales, distribuidores y proveedores.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OTRAS MODALIDADES CONTRACTUALES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Contrato de transferencia tecnológica
- 2.Contrato de Joint Venture
- 3.Contrato de franquicia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL ARBITRAJE COMERCIAL INTERNACIONAL

- 1.Vías de prevención y resolución de conflictos derivados del contrato
- 2.Principales organismos arbitrales
- 3.El procedimiento arbitral internacional

PARTE 7. INFORMACIÓN Y GESTIÓN OPERATIVA DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO, POLÍTICO Y JURÍDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Comercio interior, exterior e internacional
- 2.El sector exterior español
- 3.Balanza de Pagos y otras magnitudes macroeconómicas.
- 4.Organismos Internacionales
- 5.La integración económica regional. Principales bloques económicos.
- 6.La Unión Europea

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BARRERAS Y OBSTÁCULOS A LOS INTERCAMBIOS COMERCIALES internacionales

- 1.Barreras arancelarias
- 2.Barreras no arancelarias
- 3.Medidas de defensa comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Información de comercio internacional:
- 2.Canales y fuentes de información en el comercio internacional:
- 3.Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional.
- 4.Gestión de la información de comercio internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN COMERCIO INTERNACIONAL

- 1.Localización y búsqueda de clientes/proveedores internacionales
- 2.Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización
- 3.Tipos de archivos de los clientes/proveedores
- 4.Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores
- 5.Control de clientes/proveedores
- 6.Creación de sistema de alertas de nuevos clientes/proveedores.
- 7.Reclamaciones en las operaciones de compraventa internacional.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONDICIONES DE LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

- 1.Operaciones de compraventa internacional.
- 2.Cláusulas generales del contrato de compraventa internacional.
- 3.Condiciones de entrega en el comercio internacional (INCOTERMS)

4. Interpretación práctica de cada INCOTERM.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DE OFERTAS EN COMERCIO INTERNACIONAL

1. Proceso comercial en las operaciones de compraventa internacional.
2. Oferta internacional
3. Elementos de la tarifa de precios
4. Presentación de la tarifa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE PEDIDOS Y FACTURACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Proceso documental de la operación comercial.
2. Orden de pedido
3. Preparación del pedido. Lista de contenido.
4. Factura proforma
5. Factura comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES INFORMÁTICAS EN GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Aplicaciones generales, función y utilidades
2. Aplicaciones específicas: descripción, funciones y utilización

PARTE 8. INGLÉS PROFESIONAL PARA COMERCIO INTERNACIONAL

MÓDULO 1. INGLÉS ORAL Y ESCRITO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL EN INGLÉS

1. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con las operaciones de comercio internacional
2. Estructuras lingüísticas y léxico relacionado con la contratación y condiciones de la compraventa internacional
3. Léxico y fonética de las condiciones de entrega

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRESENTACIONES COMERCIALES EN INGLÉS

1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en las presentaciones comerciales en inglés
2. Redacción y documentación complementaria para reforzar los argumentos de la presentación
3. Simulación de presentaciones comerciales orales en inglés

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL EN INGLÉS

1. Estructuras lingüísticas y léxico habitual en procesos de negociación del comercio internacional
2. Interacción entre las partes de una negociación comercial
3. Solicitud de concesiones, reclamaciones y formulación de expresiones en situaciones de negociación
4. Fórmulas de persuasión en una negociación internacional
5. Simulación de procesos de negociación de exportaciones e importaciones de productos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTEXTO SOCIOPROFESIONAL DE LAS OPERACIONES COMERCIO INTERNACIONAL

1. Contenidos socioculturales y sociolingüísticos en entornos profesionales internacionales
2. Elementos significativos en las relaciones comerciales y profesionales
3. Diferenciación de usos, convenciones y pautas de comportamiento según aspectos culturales de los interlocutores
4. Giros y modismos adecuados al contexto del comercio internacional
5. Aspectos de comunicación no verbal según el contexto cultural del interlocutor

MÓDULO 2. DOCUMENTACIÓN EN INGLÉS PARA EL COMERCIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DOCUMENTACIÓN DE GESTIÓN COMERCIAL EN INGLÉS

1. Estructura lingüística y léxico de las ofertas y documentación comercial internacional
2. Redacción de acuerdos de operaciones de comercio internacional
3. Estructura lingüística y léxico de la facturación de operaciones comerciales
4. Documentación financiera y de medios de pago habituales
5. Pólizas de seguros de exportación/importación
6. Informes comerciales

7.Otros documentos comerciales en inglés

UNIDAD DIDÁCTICA 2. REDACCIÓN EN INGLÉS DE INFORMES Y CORRESPONDENCIA COMERCIAL

- 1.Usos habituales en la redacción de textos en inglés comercial
- 2.Ofertas y presentación de productos por correspondencia
- 3.Reclamaciones
- 4.Prorroga
- 5.Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases
- 6.Faxes
- 7.Correos electrónicos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN Y GESTIÓN ADUANERA EN CONTEXTOS INTERNACIONALES

- 1.Fuentes de información aduanera en inglés: la Organización Mundial de Aduanas e información institucional aduanera de otros países
- 2.Interpretación de términos y expresiones en documentos aduaneros
- 3.Liquidación de impuestos
- 4.Certificaciones y homologaciones internacionales